SHARING TECHNOLOGY

2026年9月期 決算説明資料

（事業計画及び成長可能性に関する事項）

2026年11月13日

トピック

連結業績

- 売上収益は、9,699百万円となり、**YoY113%**、**1,119百万円の増収**。
- 営業利益は、3,684百万円となり、**YoY178%**、**1,610百万円の増益**。

今後の見通し

- MP-2606株式会社による公開買付けが成立した結果、上場廃止予定であることから、業績見通しなどの将来情報の記載を省略。

2026年9月期業績の概要

2026年9月期　通期業績

売上収益は、前年同期間比113%で着地。営業利益は、前年同期間比178%。当期利益も、前年同期間比179%と大幅増益。なお、営業利益は、当期第3四半期に発生した事業譲渡等の影響約1,400百万円を除いた場合であっても、前年同期間比で110%の増益を確保。

	2026年9月期 通期業績	2025年9月期 通期業績	前年同期間比
売上収益	9,699百万円	8,579百万円	+1,119百万円 （113%）
営業利益	3,684百万円	2,074百万円	+1,610百万円 （178%）
当期利益※	2,531百万円	1,413百万円	+1,118百万円 （179%）

※親会社の所有者に帰属する当期利益

2026年9月期　第4四半期会計期間（3ヶ月間）

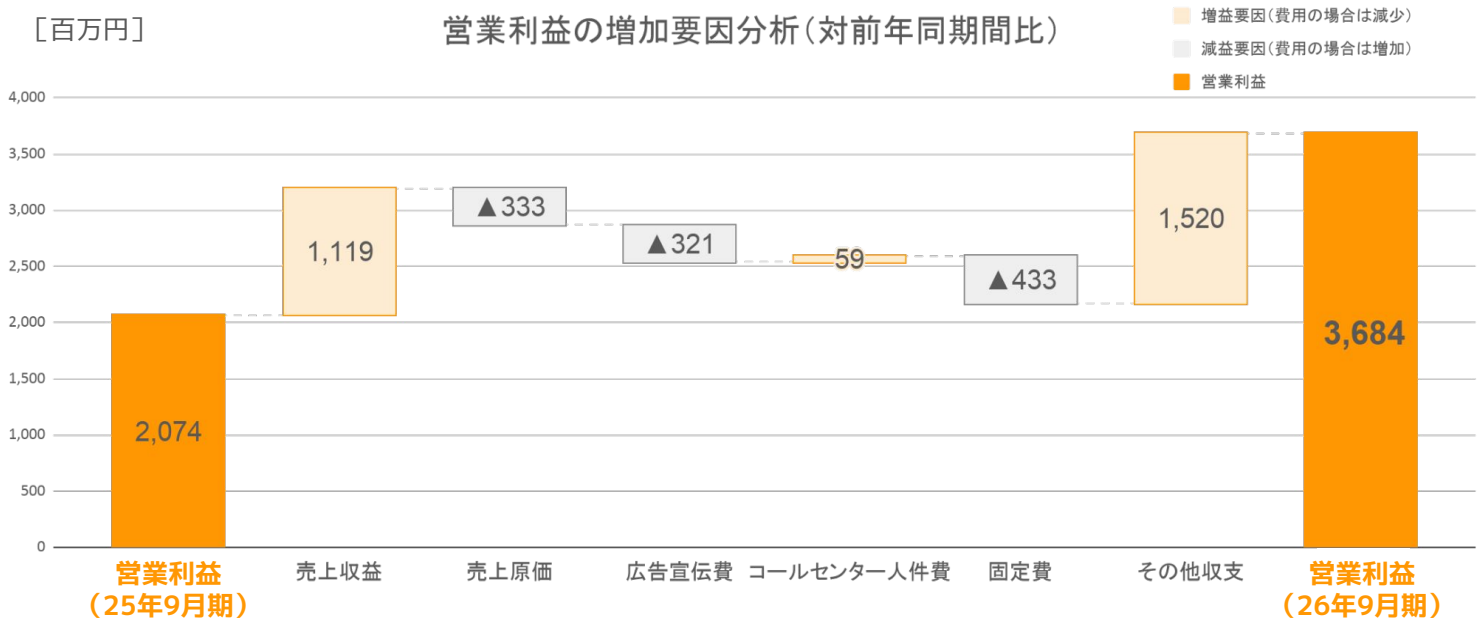
売上収益は、主力ジャンルの伸長と自社施工グループ会社の拡大により、前年同期間比112%で着地。営業利益は、売上増加と広告宣伝費率を適切に維持したことにより、前年同期間比109%を確保。当期利益も、前年同期間比105%と増益。

	2026年9月期 第4四半期	2025年9月期 第4四半期	前年同期間比
売上収益	2,848百万円	2,543百万円	＋304百万円 （112%）
営業利益	690百万円	633百万円	＋57百万円 （109%）
当期利益※	480百万円	456百万円	＋23百万円 （105%）

※親会社の所有者に帰属する当期利益

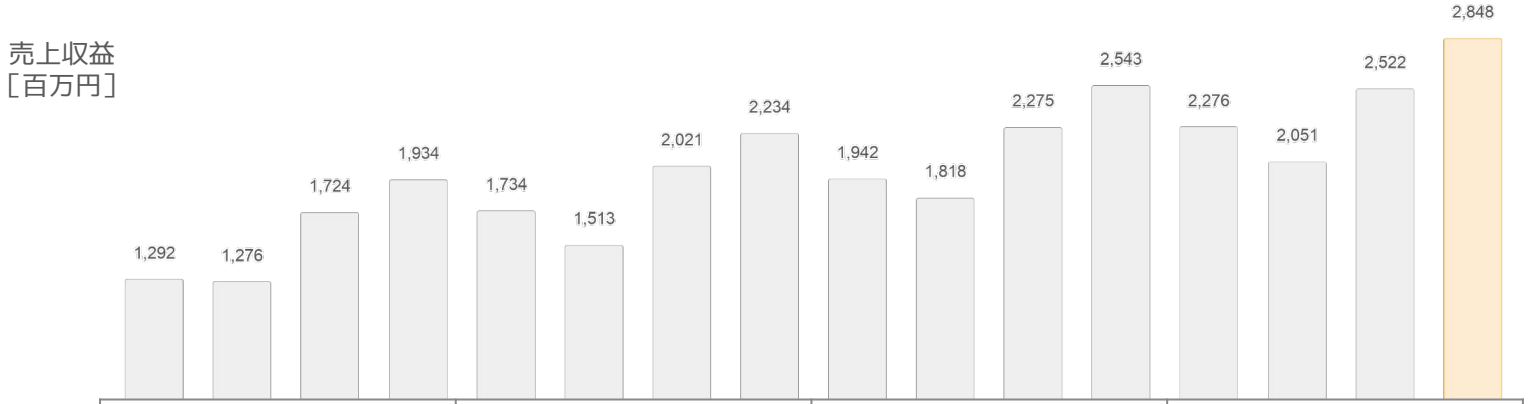
2026年9月期の営業利益増減要因の分析

2025年9月期の営業利益2,074百万円に対して、売上収益が増加。売上原価は、アズサポートやライフライン等の自社施工拡大の影響により増加。広告宣伝費等は増加しているものの、対売上総利益比率で一定水準を維持。固定費は、自社施工拡大とM&A等の一時費用で増加。加えて一過性の事業譲渡益が寄与し、2026年9月期の営業利益は3,684百万円。



『暮らしのお困りごと』事業の売上推移

2026年9月期第4四半期の売上収益は、前年同期間比112%で推移し、過去最高の四半期売上収益を引き続き更新。2024年9月期第3四半期からは、アズサポート連結後（2023年4月グループ化）のYoYとなっているが、一定の成長率を維持。



	2023年9月期				2024年9月期				2025年9月期				2026年9月期			
YoY	127%	138%	147%	148%	134%	119%	117%	115%	112%	120%	113%	114%	117%	113%	111%	112%
QoQ	99%	99%	135%	112%	90%	87%	134%	111%	87%	94%	125%	112%	90%	90%	123%	113%

各事業指標の推移

2026年9月期の売上収益は、前年同期間と比較し、順調に増加（YoY113%）。売上原価率は自社施工拡大、固定費率はM&A等の費用で増加するも、広告宣伝費率とコールセンター人件費率を一定水準で維持したことに加え、事業譲渡益の貢献があり、営業利益は大幅に増益。

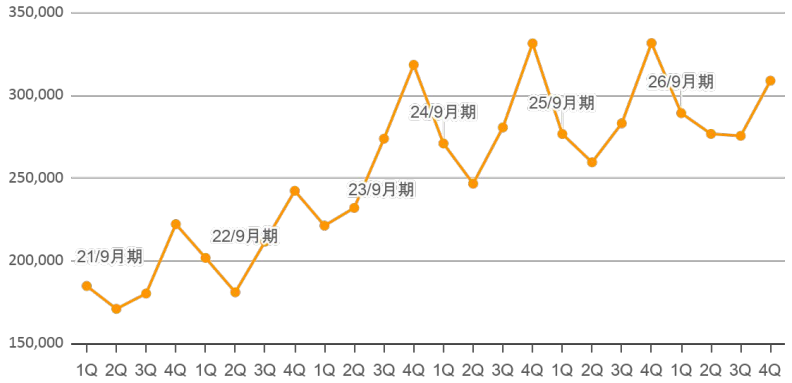
［百万円］	2024年9月期					2025年9月期					2026年9月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計
売上収益	1,734	1,513	2,021	2,234	7,502	1,942	1,818	2,275	2,543	8,579	2,276	2,051	2,522	2,848	9,699
売上原価 （売上比）	155 （9%）	117 （8%）	175 （9%）	182 （8%）	631 （8%）	153 （8%）	155 （9%）	202 （9%）	217 （9%）	729 （8%）	196 （9%）	181 （9%）	316 （13%）	367 （13%）	1,062 （11%）
販管費 （対売上総利益比）	1,216	1,115	1,336	1,492	5,161	1,311	1,309	1,555	1,697	5,873	1,574	1,481	1,717	1,796	6,569
広告宣伝費	755 （48%）	683 （49%）	840 （46%）	926 （45%）	3,205 （47%）	811 （45%）	777 （47%）	977 （47%）	1,076 （46%）	3,642 （46%）	1,002 （48%）	882 （47%）	983 （45%）	1,095 （44%）	3,963 （46%）
コールセンター 人件費	127 （8%）	109 （8%）	115 （6%）	121 （6%）	473 （7%）	128 （7%）	121 （7%）	135 （7%）	132 （6%）	518 （7%）	121 （6%）	113 （6%）	116 （5%）	107 （4%）	458 （5%）
固定費	333 （21%）	322 （23%）	380 （21%）	445 （22%）	1,482 （22%）	372 （21%）	410 （25%）	441 （21%）	488 （21%）	1,713 （22%）	450 （22%）	485 （26%）	617 （28%）	594 （24%）	2,147 （25%）
その他収支	13	45	4	18	80	10	46	35	4	96	28	50	1,532	6	1,617
営業利益 （売上比）	374 （22%）	325 （21%）	514 （25%）	576 （26%）	1,790 （24%）	487 （25%）	400 （22%）	552 （24%）	633 （25%）	2,074 （24%）	533 （23%）	439 （21%）	2,020 （80%）	690 （24%）	3,684 （38%）

収益構造を分解した各指標の推移（売上収益）

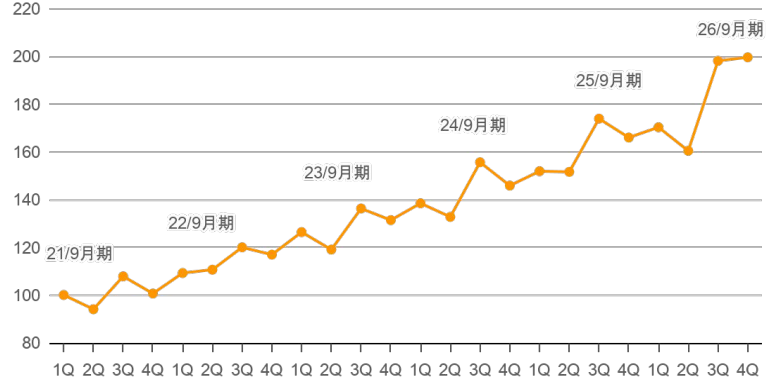
問い合わせ件数は、当期は高単価の案件に意図的に注力したことで若干減少傾向。問い合わせあたり単価は、マッチング最適化と高単価案件の注力に加え、自社施工の主軸であるアズサポートの拡大により上昇。なお、ライフラインは事業特性が異なるため、集計外としている。

バリュー	＝	集客力	×	優良な加盟店ネットワーク 独自マッチングシステム
売上収益	＝	問い合わせ件数	×	問い合わせあたり単価

問い合わせ件数推移
（件数）



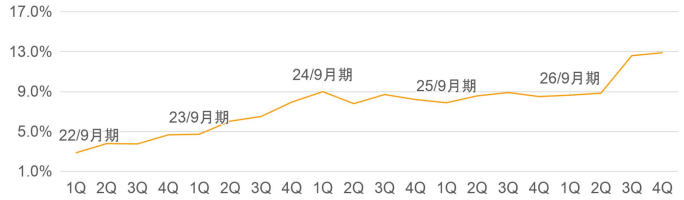
問い合わせあたり単価
（2021年9月期第1四半期を100として）



収益構造を分解した各指標の推移（費用項目）

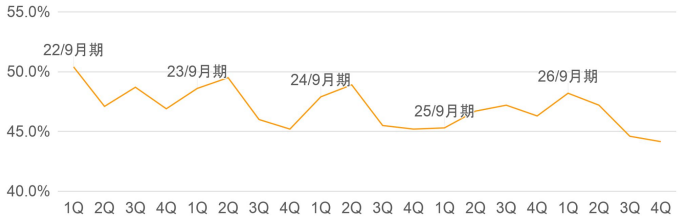
売上原価率

アズサポート含む自社施工の拡大、ライフラインのグループ化に伴い、原価率（施工原価）は上昇傾向。



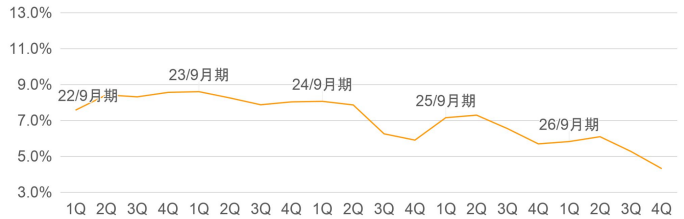
広告宣伝費率（PPC広告）

広告宣伝費率は、継続して対売上総利益比率で50%以下の水準を維持。



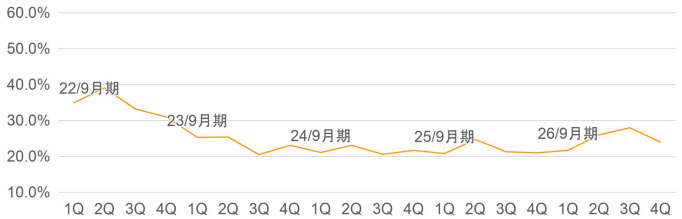
コールセンター人件費率

一定水準で推移。1人あたりの人件費は増加しているものの、効率化及び適正化を進め低水準を維持。



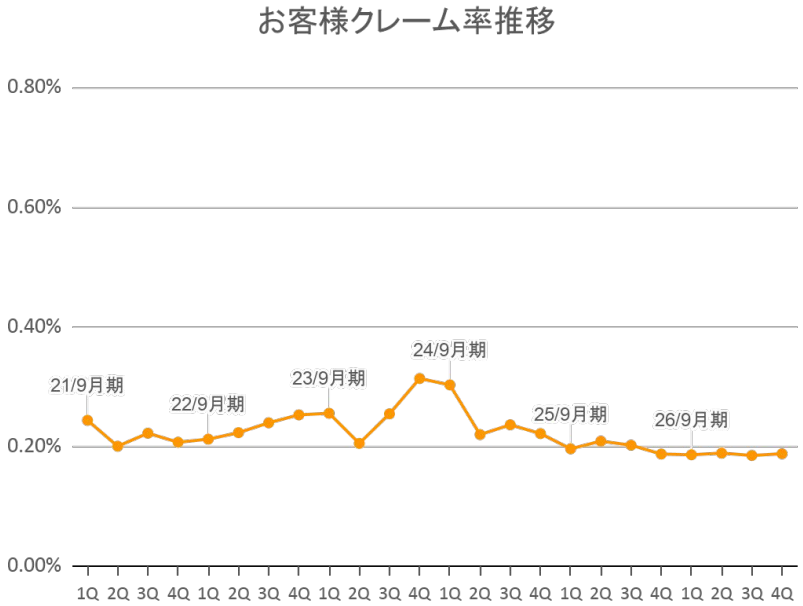
固定費率

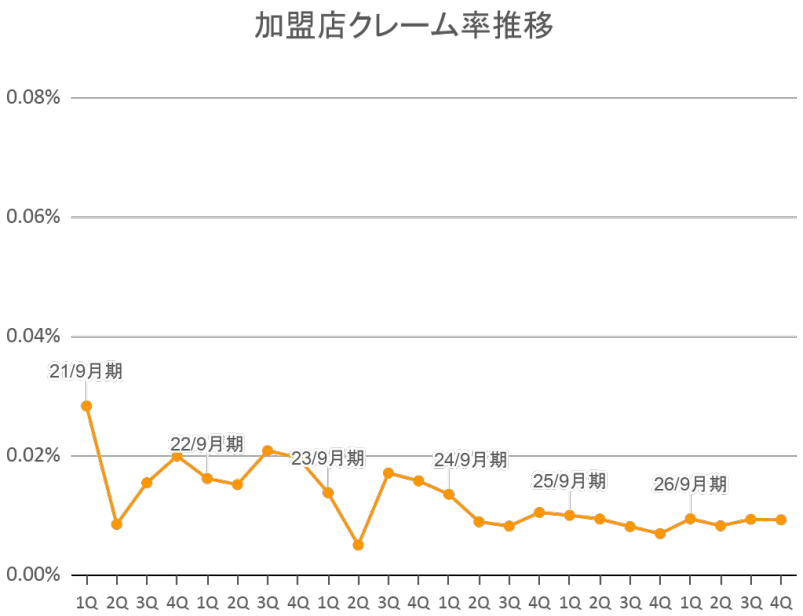
固定費は、M&Aの一時的費用を除くと、施工グループ会社含め、一定のレンジで推移しており、対売上総利益比率は一定程度で維持。



お客様、加盟店の満足度を重視した事業運営

お客様からのクレーム率及び加盟店からのクレーム率ともに一定水準の低値で推移。さらなる満足度向上に向け、お客様及び加盟店の双方が使いやすいプラットフォームを目指す。





補足資料

新たな仕組みで、
安心な暮らしを、

私たちは、「お困りごと」が発生したとき少しでも早く安心していただく、
また当社のサービスがあることで「お困りごと」が起きても大丈夫と
安心して暮らせる、そんな世界を目指します。
これまでもこれからも、社会のニーズにあわせサービスを進化させ続けます。

バリュー

スピード × 柔軟性

お客様のニーズ、加盟店様のニーズ、仲間からのニーズ、時代のニーズに最速で応えたい。
スタートした時点で見えるゴールに全速力で向かうだけでなく、柔軟に変化することで真の最速を提供しよう。

多様性 × 一体感

様々なジャンル・地域で発生する「お困りごと」に対し、あらゆる分野のスペシャリストが協力して解決しています。
年齢・性別・価値観等の多様性を理解し、尊重しながら、意見を伝え、一体となってサービスを創ることが、
全てのステークホルダーのためにつながることを理解し、チームで最高の結果を出そう。

チャレンジ × 成長

サービスも、テクノロジーも、感性も、変化していく世界で成長し続けるためにはチャレンジし続けなければならない。
たとえ失敗しても、仲間の挑戦による成長を評価し、次のチャレンジに活かそう。

『暮らしのお困りごと』を解決

様々な住宅等のトラブル『暮らしのお困りごと』に対応できる、全国約7,600社と加盟店契約しており、当社運営サイトに訪れたお客様から電話等で受付をし、適切な加盟店をマッチング。



140以上のジャンル
軽作業～リフォームまで

24時間365日受付
自社コールセンター

日本全国対応
約7,600社の加盟店

SHARING TECHNOLOGY

運営するWEBサイトの種類

『暮らしのお困りごと』に関する2種類のサイトを運営。複数のジャンルを単一サイトで掲載するポータルサイト『生活110番』と特定のジャンルに特化したバーティカルメディアサイトを運営。ポータルサイトは主にオーガニック流入であるのに対し、バーティカルメディアサイトはリスティングからの流入比率が高い。



生活110番

- ポータルサイト
- 140以上のジャンル
- 主にオーガニック流入



ペット葬儀110番
電気工事110番 etc.

- バーティカルメディアサイト
- 各サイト1ジャンル
- 主にリスティング流入

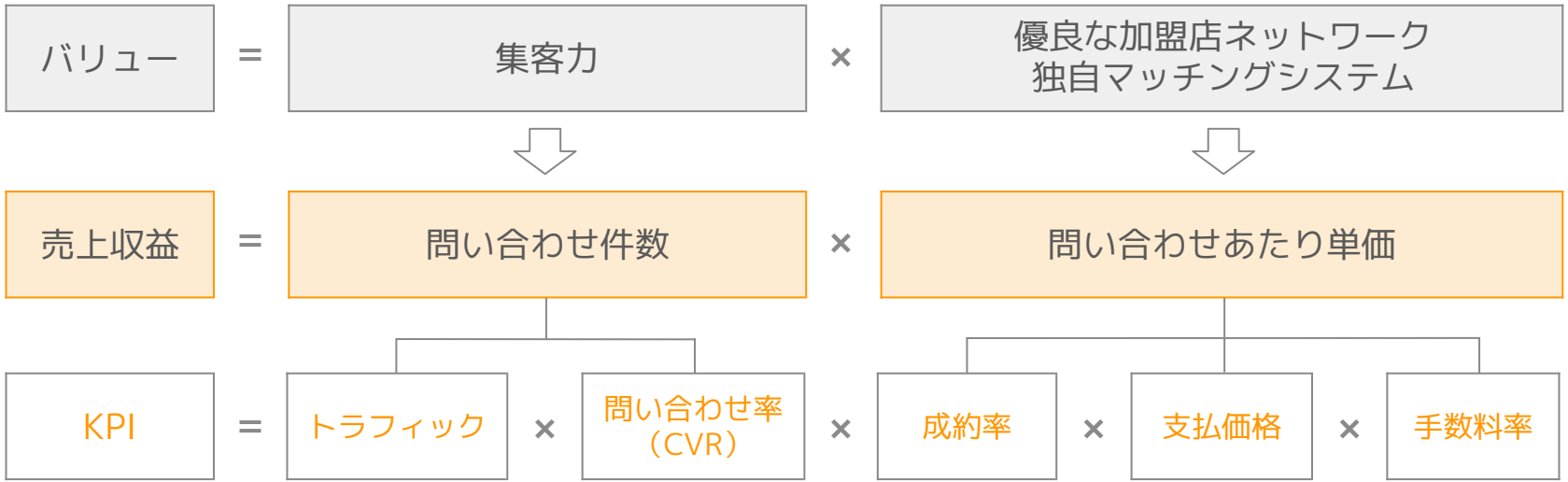
ビジネスの流れ

『暮らしのお困りごと』が発生したお客様が当社が運営するサイトを通じて、お問い合わせいただき、①ジャンル②場所③施工希望日時から適切な加盟店をマッチングし、成約した場合に手数料を得る成約ベースと、紹介した時点で手数料を得る紹介ベースで構成。



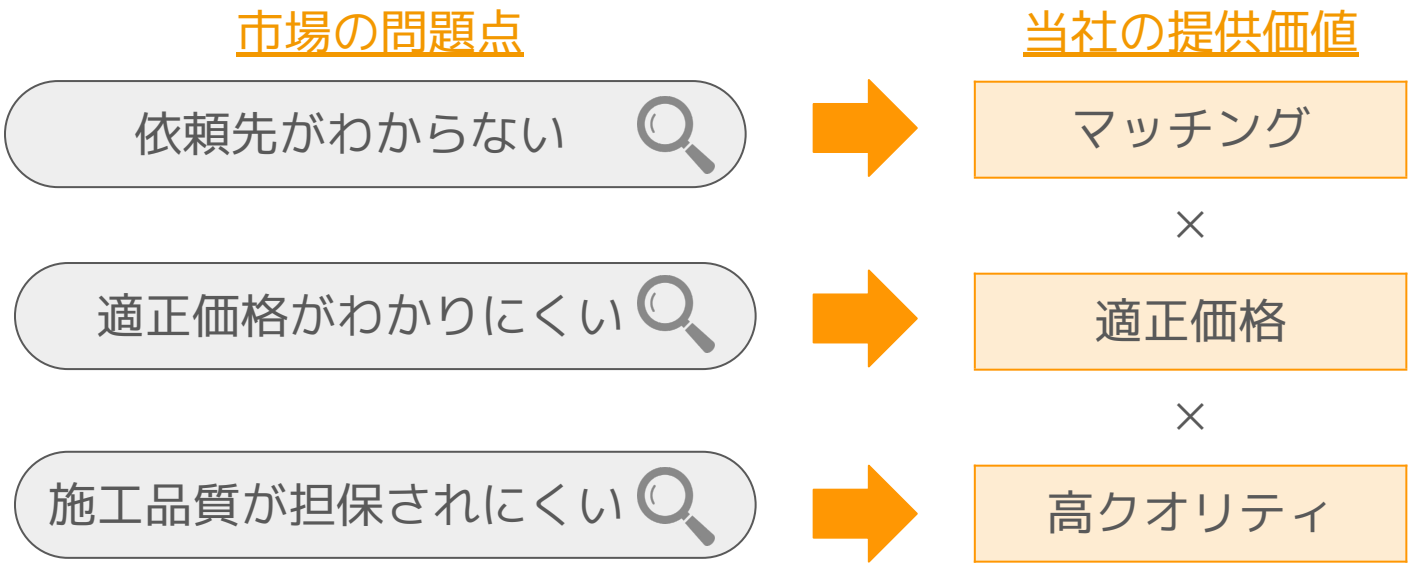
収益構造の分解

当社の価値根源（バリュー）は、集客力と集客したお客様のお困りごとを解決するマッチングシステム及び優良な加盟店とのネットワークと定義。それぞれ問い合わせ件数及び問い合わせあたり単価の数値として表され、問い合わせ件数はトラフィック、問い合わせ率（CVR）に分解、問い合わせあたり単価は成約率、支払価格、手数料率に分解できる。



市場の問題点と当社の提供価値

『暮らしのお困りごと』に関する領域は、従前より「依頼先がわからない」「適正価格がわかりにくい」「施工品質が担保されにくい」領域であると認識しております。
当社は「効率的なマッチング」「価格適正化」「高クオリティ化」により業界の適正化を目指してきました。これまでに加えて、より安心できるワンストップサービスを目指します。



提供価値～マッチング～

『暮らしのお困りごと』サービスにおける、課題である「マッチング」について、加盟店のネットワークをベースとした独自システムによる適正化を進めてまいりました。お客様及び加盟店様からのフィードバックとこれまで蓄積したデータにより更なる適正化を進めてまいります。

当社の提供価値

マッチング

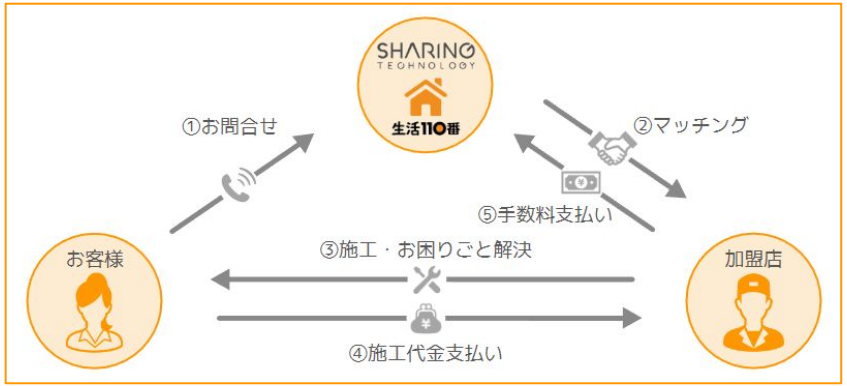
×

適正価格

×

高クオリティ

独自マッチングシステムの強化



提供価値～適正価格～

『暮らしのお困りごと』サービスにおける、課題である「適正価格」について、当社では高額請求の排除をデータ及びお客様からのフィードバックを元に実施してまいりました。市場においても問題視されることが多くなっており、これまでの取り組みの後押しとなり始めております。

当社の提供価値

マッチング

×

適正価格

×

高クオリティ

当社の取り組みと社会の動き

取り組み



お客様アンケート調査

過去データの調査

社会の動き



公共団体等の注意喚起

広告主のチェック厳正化

提供価値～高クオリティ～

『暮らしのお困りごと』サービスにおける、「高クオリティ」については、これまではお客様からのフィードバックを元に加盟店ネットワークの良質化によるクオリティの向上を目指してまいりましたが、さらなる業界理解と目指す水準の明確化、新サービス展開への挑戦のため、自社スタッフ及び自社グループによる施工を拡大してまいります。

当社の提供価値

マッチング

×

適正価格

×

高クオリティ



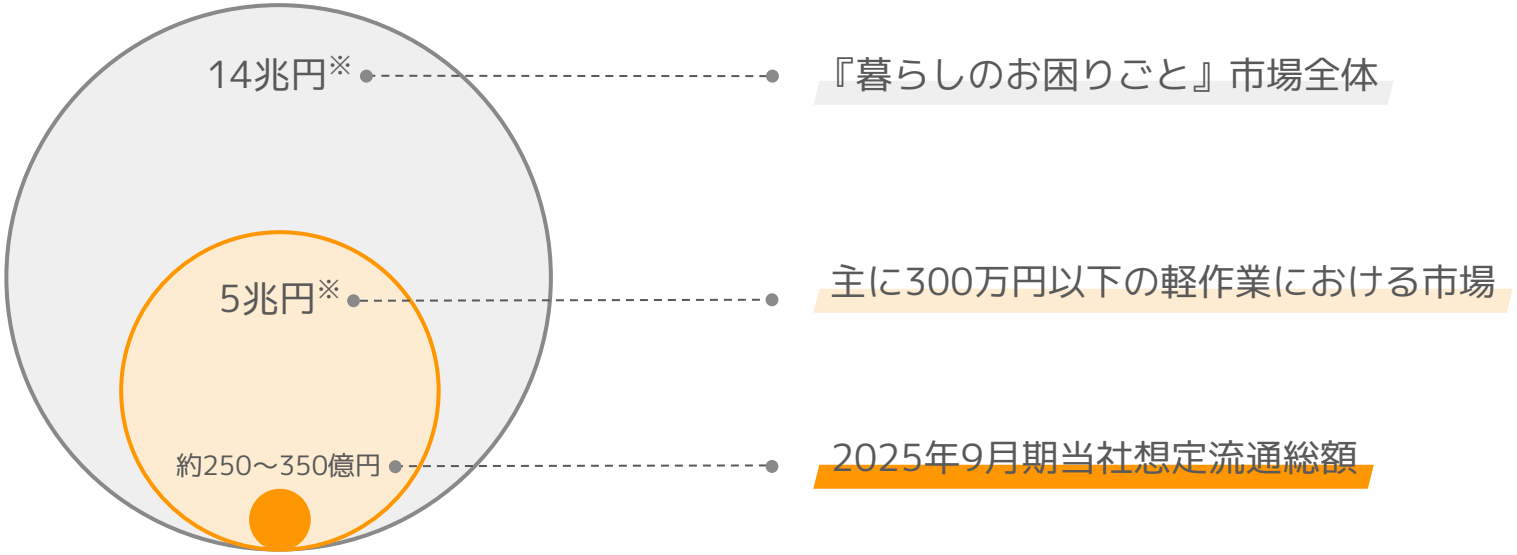
自社施工の本格化

高クオリティ実現のために

- サービス施工現場の理解度を向上
- モデル店舗となるクオリティを実現
- 新サービス等の早期実践基盤

『暮らしのお困りごと』市場

『暮らしのお困りごと』に関する国内市場は14兆円、中でも金額の小さいものは5兆円と推計。高齢化及び独居化が進むことにより、さらなる市場拡大が見込まれる。また、既存の電話帳などから、オンライン化が進むことで事業機会の拡大が見込まれる。

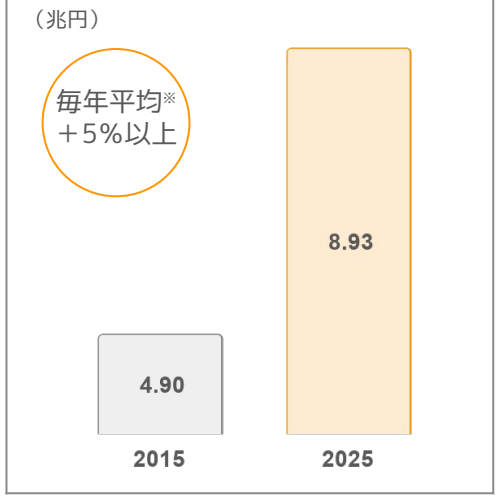


※外部調査機関が、2万人対象の『暮らしのお困りごと』に対するサービス利用頻度及び価格の調査結果をもとに推計

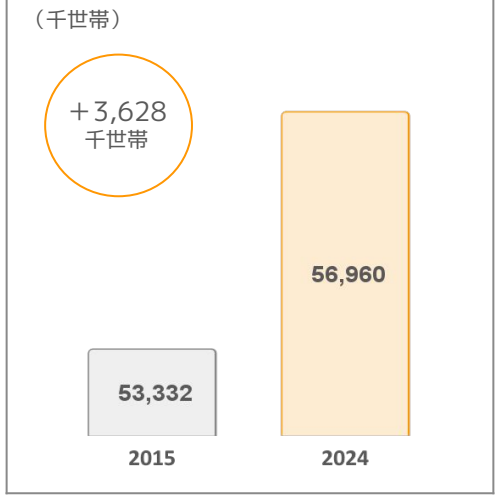
追い風となる市場規模

高齢化や独居化による世帯数の増加、サービスECの普及等が、当社の『暮らしのお困りごと』市場を拡大させる要因に。

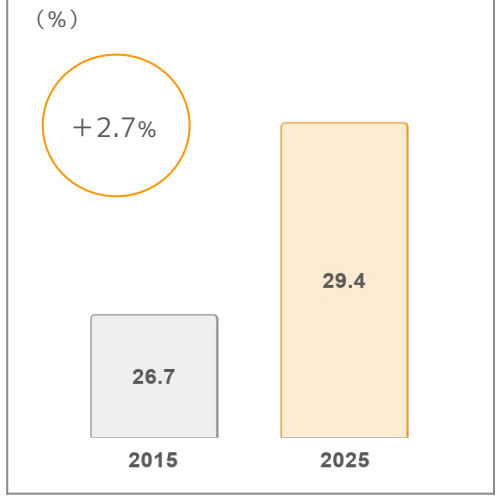
BtoCサービスEC市場規模[1]



独居化等による世帯数[2]



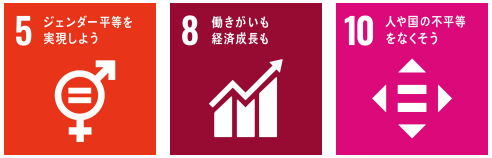
人口に占める65歳以上の割合[3]



1　経済産業省「我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により2020～2022年までは一時的に成長率減少
2　国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」（令和6（2024）年推計）
3　総務省統計局「統計トピックスNo.146 統計からみた我が国の高齢者－「敬老の日」にちなんで－」

シェアテクにおけるESG／SDGs

社会の一部として事業活動を運営する企業として、企業価値の向上と共に、ESG（環境・社会・ガバナンス）及びSDGs（持続可能な開発目標）の取り組みが重要と認識しており、事業サービスによる取り組みと企業体としての取り組みを実施し、社会的責任と持続可能な未来に向け、貢献できるよう事業活動を推進。

SDGsとの対応	取り組みの内容（※2026年9月期末）
	**『暮らしのお困りごと』事業による貢献** 『暮らしのお困りごと』事業は、住宅や施設の修理やメンテナンスを通じて、建築物の寿命を延ばし、新たな建設を減らすことで、都市の持続可能性を高め、資源の効率的な利用と廃棄物の削減を促進しています。これにより、環境への負荷軽減と経済的効率性の向上を実現し、持続可能な未来に貢献を目指します。
	**ジェンダー等の平等を実現する組織運営による貢献** 当社では、ジェンダー平等を含む平等な働く機会の提供ができるように組織運営を行っております。具体例としてコールセンター職でのリーダー職以上の女性比率95.5%（コールセンター女性比率87.1%）があげられます。コールセンター職を除く、女性管理職比率23.8%（同女性比率52.1%）も平均よりは高いものの、今後も向上を目指し、持続可能な未来に貢献を目指します。

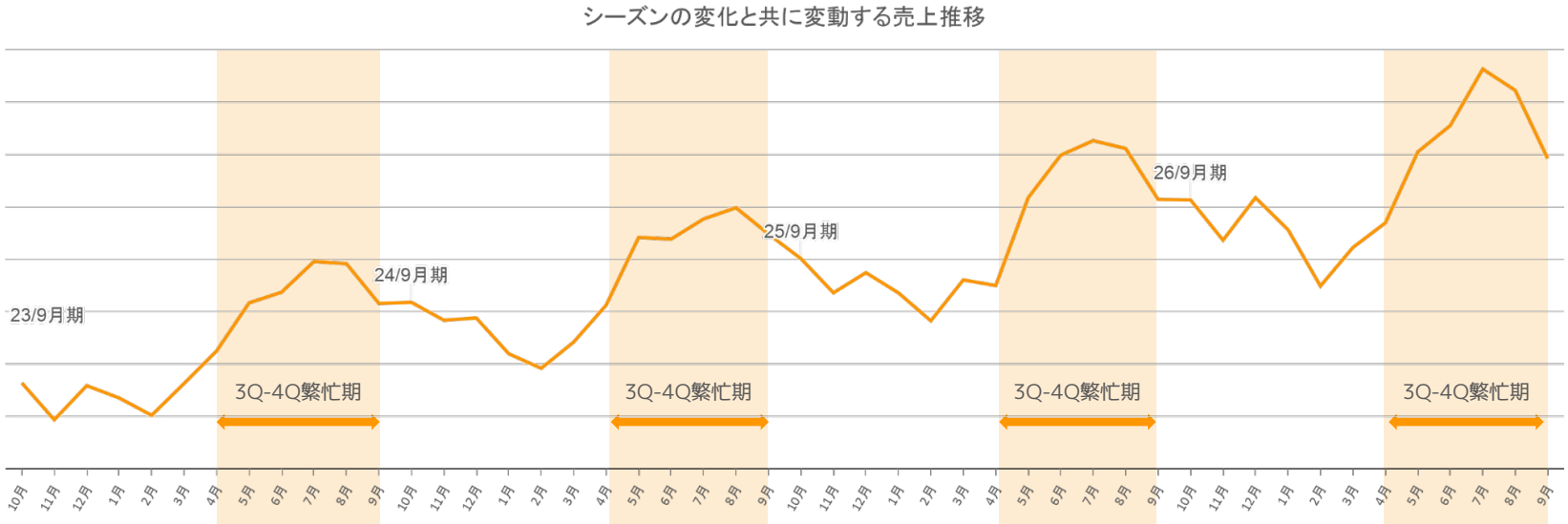
認識するリスクとその対応策

項目	主要なリスク	顕在化可能性／時期／影響度	リスク対応策
事業環境: インターネット業界	技術者確保の遅延等により市場環境変化への対応が困難となった場合、当社事業に影響が生じる可能性	低／中長期／中	日々業界情報にアンテナを張り最新情報の収集を行うとともに、タイムリーな技術者の採用または適切な外注先の活用に努める
事業内容: 外部検索エンジン	上位表示方針の変更等により、SEO対策の有効性が低下し、サイトにおける集客効果が低下する可能性	中／中長期／大	検索エンジンからの集客を強化すべくSEO対策を継続的に実施することで、当社の事業サイトが上位に表示されるよう努める
事業内容: 加盟店	何らかの事象により加盟店のサービス品質が低下し、紹介可能な加盟店数が不足する可能性	低／中長期／中	加盟店の新規開拓を行うことで、急な離脱が生じた場合でもカバーできる体制構築に努める
事業内容: 季節変動	季節変動性の高いジャンルが天候不順や異常気象等の発生等により、問い合わせ件数が減少するリスク	中／中長期／大	季節変動性の低いサービスジャンルの拡充及び売上収益の増加施策に注力する等、過度な業績の季節偏重が生じないように努める
事業内容: システム	アクセス数の突発的な増加、人的過失、大規模災害等のシステム障害が発生した場合に、当社の事業遂行に影響を及ぼすリスク	小／中長期／中	サーバーの分散化・定期バックアップ・稼働状況の監視等により、システムトラブルの事前防止または回避に努める

※直近の有価証券報告書の「事業等のリスク」のうち、成長の実績や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。
その他のリスクについては、直近の有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

月次売上推移

『暮らしのお困りごと』事業にはシーズナリティがあり、害虫害獣及び草刈りが盛んな夏の時期から台風による住宅への被害回復が多くなる秋口の売上が大きくなる傾向がある。当期もシーズナリティのトレンドは変わらず、さらなる売上収益の伸長を見込む。



連結貸借対照表

［百万円］

	当連結会計年度末（2026年9月期）	前連結会計年度末（2025年9月期）	前期末比
流動資産	7,915	6,397	+1,518
固定資産	1,385	1,040	+345
総資産	9,301	7,437	+1,863
流動負債	2,961	2,024	+936
固定負債	206	212	△5
資本合計	6,132	5,200	+932
自己資本比率	65.0%	69.0%	△4.0pt

連結損益計算書

［百万円］

	当連結会計年度（2026年9月期）	前連結会計年度（2025年9月期）	前年同期間比
売上収益	9,699	8,579	+1,119
売上原価	1,062	729	+333
売上総利益	8,637	7,850	+786
販管費	6,569	5,873	+695
営業利益	3,684	2,074	+1,610
税引前利益	3,685	2,072	+1,613
当期利益※	2,531	1,413	+1,118

※親会社の所有者に帰属する当期利益

会社概要

● 会社名	シェアリングテクノロジー株式会社	
● 本社	〒450−6319　愛知県名古屋市中村区名駅1−1−1 JPタワー名古屋19F	
● TEL	TEL：052-414-5919	
● 役員	代表取締役 CEO	片山 善隆
	取締役会長	森吉 寛裕
	取締役	植田 栄作
	取締役 監査等委員	原田 千秋
	取締役 監査等委員（社外）	淺井 啓雄
	取締役 監査等委員（社外）	善利 友一
● 資本金	7億1,641万円 ※2026年9月末現在	
● 従業員数	187名（内アルバイト・パート21名） ※2026年9月末現在	
● 決算期	9月末	
● 上場市場	東証グロース　証券コード：3989	

将来予測に関する注意事項

本開示には、シェアテクグループに関連する予想・見通し・目標・計画等の将来的な見通しに関する事項が含まれており、これらは、本開示時点において入手可能な情報に基づく、本開示時点における予測等を基礎として作成されております。
また、これらの事項については、一定の前提・仮定が採用されており、かかる前提・仮定がシェアテクグループの経営陣の判断又は主観的な予測に過ぎないといったリスク及び不確実性が含まれております。
そのため、様々な要因によって、その後の実績、経営成績・財政状況等が、現時点での予測・見通し・目標・計画等とは異なる結果となる可能性がありますことをご承知ください。

本開示は、当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する判断は、投資家の皆様ご自身の判断で行っていただきますようお願いいたします。